

ΜΜΕ, Προπαγάνδα και Διαδίκτυο

του Ε. Παπάνη, Επίκ. Καθηγητή Κοινωνιολογίας Παν. Αιγαίου
09/6/2011

Είναι αλήθεια ότι στην προσπάθειά τους να ελέγξουν τη ροή των πληροφοριών οι κρατικοί σχηματισμοί δεν έδωσαν τη δέουσα σημασία στον Παγκόσμιο Ιστό, παρά μόνο όταν η απήχησή του άρχισε να πολλαπλασιάζεται με ρυθμούς γεωμετρικής προόδου και αφού κατανόησαν ότι ήδη έχει αφήσει πίσω του το διαμεσολαβητικό του ρόλο διαφεύγει τον κίνδυνο της μετεξέλιξης του σε όργανο χειραγώγησης.

Η δύναμη της διαδικτυακής πληροφορίας έγκειται στο δυναμικό της χαρακτήρα, στην ευκαμψία της να παραπέμπει, να συνδέει, να συγχέεται. Κανείς δε μπορεί να προβλέψει την πορεία της, τη χαοτική αλληλεξάρτησή της με άλλες συναφείς ή άσχετες πληροφορίες. Η ανάδυση και η ανασυγκρότηση του νοήματος, η διαμόρφωση των ερμηνειών, η ένταξη στην εμπειρία και κοσμοθεωρία του δέκτη, ο τρόπος επιλογής ή απαξίωσης της επαφίενται, παρά τις επικοινωνιακές και διαφημιστικές παγίδες, στην προσωπικότητα του χρήστη.

[...] Η επικοινωνία είναι ο μηχανισμός προσαρμογής που επέτρεψε στο ανθρώπινο είδος να εξελιχθεί. Η κυριότερη έκφρασή της, η γλώσσα, είναι το διαφοροποιητικό σύστημα συμβόλων, που προήγαγε την αφαιρετική σκέψη, εκτόξευσε τις δυνατότητες της νοημοσύνης και απάλλαξε τη σκέψη από την τυραννία του συγκεκριμένου, του χωροχρονικά προσδιορισμένου και του εφήμερου. Το επίπεδο της επικοινωνίας μπορεί να καθορίσει το ρυθμό γνωστικής ανάπτυξης των παιδιών, ενώ, σύμφωνα με την κοινωνιολογία, είναι το μέτρο που διαμορφώνει την κοινωνική τάξη, χαρακτηρίζει την κουλτούρα και σηματοδοτεί τα πολιτισμικά προϊόντα.

Η επικοινωνία είναι η προβολή του εαυτού προς τα έξω, ο αρωγός των αισθήσεων για την κατανόηση του κόσμου, αλλά ταυτόχρονα η αποποίηση των υλικών ερεθισμάτων, ως της μοναδικής οδού ερμηνείας της πραγματικότητας. [...] Υπό το πρίσμα αυτό η προπαγάνδα μπορεί να οριστεί ως διάδοση του αξιακού συστήματος των κέντρων εξουσίας με τέτοιο πειστικό τρόπο, ώστε οι αναπαραστάσεις των πολιτών να συγκλίνουν προς τους στόχους της ηγετικής τάξης.

[...] Η προπαγάνδα εκδηλώνεται αποκάλυπτα ή με πλάγιους τρόπους. Κατά την ενορχήστρωσή τους αξιοποιούνται όλα τα πορίσματα των ερευνών για αλλαγή στάσεων και πεποιθήσεων. Συνήθως γίνεται φανερή μετά το πέρας των συνεπειών τους, ενώ ενίοτε η σημασία της έχει υπερεκτιμηθεί ή τεχνηέντως υποτιμηθεί. Οι πολίτες ενδίδουν σε αυτή, συνειδητά ή ασυνείδητα ως αντίδραση σε μαζικά συναισθηματικά βιώματα και συλλογικές απειλητικές εμπειρίες. Το σίγουρο είναι πως η προπαγάνδα είτε ως αποσιώπηση είτε ως ψέμα είτε ως τεχνική υποθάλλει την κατάλυση της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, διακυβεύει τα ιδεώδη και λεηλατεί την ελεύθερη βούληση. Σύμμαχόι της το πλημμελές εκπαιδευτικό σύστημα, η αποπροσωποποίηση, ο ατομισμός και η διαλεκτική ένδεια. Προαγωγός της και αργυραμοιβός των ανθρωπιστικών ιδανικών ο πόθος για την εξουσία, το κέρδος και η ψευδαίσθηση πως η κραταιότητα μπορεί να διαρκέσει ες αεί.

[...] Σε κάθε περίπτωση η προπαγάνδα εκμεταλλεύεται το φόβο για τη διαφορετικότητα και την ανάγκη του ατόμου να μοιράζεται κοινές αξίες με τις ομάδες, στις οποίες ανήκει. Οι επαγγελματίες που τη σχεδιάζουν, αρχίζουν να παρουσιάζουν τις βασικές της θέσεις σε ανύποπτο χρόνο, εγείρουν ζητήματα εκ του μη όντος, μόνο και μόνο για να τεθούν έστω προς συζήτηση, επανέρχονται ξανά και ξανά γνωρίζοντας ότι η αλλαγή, αν δεν είναι επαναστατική, είναι δύσκολη στην επίτευξη της. Η προσπάθειά τους εντείνεται, για να πείσουν τα μέλη της ομάδας –στόχου πως το περιεχόμενο της προπαγάνδας έχει ενσωματωθεί στις αξίες, τις συνήθειες και τους στόχους της ομάδας. Τέλος αφήνουν τους ψυχολογικούς μηχανισμούς της συμμόρφωσης και της υποταγής να συνεχίζουν το έργο της. Οποιοδήποτε μήνυμα – ακόμα κι εκείνα, που δεν ευσταθούν λογικά- μπορούν να αποτελέσουν επιδιώξεις της στρατηγικά σχεδιασμένης προπαγάνδας. Ας υποθέσουμε ότι υπάρχει συμφέρον στη βιομηχανία των κινητών τηλεφώνων να αποκρύψει την επικινδυνότητα της ακτινοβολίας για τη δημόσια ασφάλεια. Στο προπαρασκευαστικό στάδιο θα αξιοποιηθούν δηλώσεις επιστημόνων, που αμφισβητούν την αξιοπιστία, εγκυρότητα και δεοντολογία των μελετών, που υποστηρίζουν το αντίθετο. Θα εγερθούν επιχειρήματα ακόμα και για το προσωπικό κύρος των επιστημόνων που εναντιώνονται στους στόχους της βιομηχανίας, σκάνδαλα γι' αυτούς θα αποκαλυφθούν ή θα κατασκευαστούν, θα προβληθούν από τα ΜΜΕ ισχυρισμοί πως ο πολλαπλασιασμός των κεραιών κινητής τηλεφωνίας ελαχιστοποιεί την έκθεση στην ακτινοβολία, το κοινό θα βομβαρδιστεί με ακατάληπτες έννοιες, όπως το

SAR σώματος – κεφαλής, θα αλλοιωθούν στατιστικά δεδομένα ή θα αποσιωπηθούν άλλα, διάσημοι αστέρες θα εμφανιστούν στην τηλεόραση μιλώντας με δημοφιλείς ατάκες στα κινητά και γενικά όλα θα καλυφθούν στην απροσδιοριστία της μη απόδειξης. Έτσι ακριβώς εξελίχθηκε η προπαγάνδα εναντίον της αφύπνισης για την υπερθέρμανση του πλανήτη ή η ανάλογη εκστρατεία υπέρ του καπνίσματος: Έχει μείνει ιστορικό το σύνθημα – «Οι γιατροί καπνίζουν CAMEL».

[...] Παράλληλα τα τελευταία χρόνια επιδεικνύεται μία μη δεοντολογική ανοχή σε αδιασταύρωτες πληροφορίες, ακόμα και σε κατασκευή της είδησης. Οι σχέσεις εργασίας των δημοσιογράφων μεταλλάχθηκαν σε ελαστικές, οι αμοιβές πήραν την κατιούσα και ολοένα και περισσότεροι «free-lancers», επιχειρούν να «πουλήσουν» το θέμα τους. Μέσα στον ορυμαγδό της μετριότητας ανέτειλαν και οι αστέρες των media, οι οποίοι υποτίθεται ότι φέρουν ένα περισσότερο κριτικό λόγο, συνομιλούν απευθείας με την εξουσία και θεμελιώνουν τη αμφίδρομη σχέση του λαού με αυτήν. Η παραπάνω κατάσταση επιτείνει τις δυνατότητες της προπαγάνδας, η οποία πλέον μπορεί να εκπορεύεται από κέντρα συμφερόντων μέσα από τα ΜΜΕ ή διευκολύνει τη διαπραγμάτευση των μέσων μαζικής ενημέρωσης με τα πολλαπλά κέντρα εξουσίας (πολιτικής ή οικονομικής): Ενώ συνηθίζουν το λαό σε καθημερινή μαζική παρακολούθηση εύπεπτων θεμάτων, η προπαγανδιστική προσπάθεια διαχέεται μέσω του λόγου των «ποιοτικών» πολιτικών αναλυτών, που σαν τηλε-αστέρες έχουν κατακτήσει βαρύνουσα θέση ως πηγές μηνυμάτων. Ο λόγος τους από δημοσιογραφικός γίνεται εξουσιαστικός, κατευθυντικός και εμπρόθετα στοχοποιημένος, ενώ οι τηλεθεατές υποβιβάζονται σε παθητικούς αποδέκτες συγκρουσιακών πάνελ, που αντί να εδραίωνουν τις δημοκρατικές αξίες, εκμεταλλεύονται την ανομοιογένεια και την ετερότητα της σύνθεσης τους, για να πείσουν ως προς την πολυφωνία τους.

[...] Μέλημα της προπαγάνδας ο προσηλυτισμός, η εισαγωγή των ιδεών, μέσων, προσδοκιών της σε ένα υπάρχον πολιτιστικό σύστημα με αρχικό στόχο την οργάνωση κάποιων επιρρεπών στην αλλαγή (ή ψυχολογικώς ματαιωθέντων ή απογοητευμένων) μελών γύρω από τις θεωρίες της. Ο αρχικός αυτός πυρήνας επιδιώκει την προσέλκυση άλλων θιασωτών, την αποδυνάμωση ή γελοιοποίηση των αντίθετων φωνών και τη διασφάλιση της ουδετερότητας των αδιάφορων.

Διασκευασμένο κείμενο από το διαδίκτυο (www.webvistas.org)

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

1. Να γράψετε την περίληψη του κειμένου σε 110 περίπου λέξεις.
2. Να γράψετε τα συνώνυμα των λέξεων: συγκλίνουν, αποσιώπηση, εντείνεται, εύπεπτων, ετερότητα
3. «Σε κάθε περίπτωση ... CAMEL»: με ποια μέθοδο αναπτύσσεται η παράγραφος;
4. «(Η προπαγάνδα) γίνεται πιστευτή, όταν εκπέμπεται από πολλές πηγές, που αλληλοσυμπληρώνονται»: να αναπτύξετε την πρόταση σε μια παράγραφο 80 περίπου λέξεων.
5. «Παράλληλα τα τελευταία ... πολυφωνία τους»: ποιες μεθόδους πειθούς χρησιμοποιεί ο συγγραφέας στην παράγραφο;
6. «Η προπαγάνδα διασπείρεται ταχύτατα, όταν την ενστερνίζονται άτομα, που αποτελούν αυθεντίες για τον περίγυρό τους, τα οποία στη συνέχεια μετατρέπονται σε πολλαπλασιαστικούς φορείς της. Είναι γνωστό ότι δεν επηρεάζει και δεν αφορά άμεσα όλα τα μέλη μιας ομάδας. Και αυτά όμως θα αποδεχτούν τα γοήματά της, εάν ένα σημαντικό πρόσωπο του περιβάλλοντος τους αλλάξει απόψεις εξαιτίας της». Με αφετηρία σας το παράθεμα να γράψετε ένα αποδεικτικό δοκίμιο, στο οποίο θα αναλύσετε τις επιδράσεις της προπαγάνδας στη ζωή των κοινωνιών αλλά και τα μέσα αντίστασης των πολιτών απέναντί της.